



Universidad Nacional de Chilecito

HCS

Honorable Consejo Superior

ORDENANZA HCS Nº **004-16**
Chilecito, (L.R.) **27 OCT 2016**

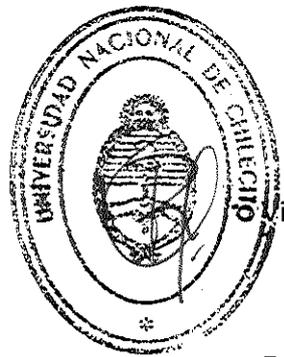
Visto: El Expediente Nº 1407/15, mediante el cual se gestiona el proyecto de Carrera SOMMELIER UNIVERSITARIO con ORIENTACIÓN COMERCIAL de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHILECITO, y

Considerando:

Que el Señor Rector remite dicha propuesta a la Comisión Académica de Investigación y Vinculación Tecnológica del HONORABLE CONSEJO SUPERIOR, para su análisis y tratamiento.

Que las mismas han sido elevadas al coordinador de la carrera de Licenciatura en Enología, mediante Memorándum Nº 034 de fecha 21 Diciembre del 2015.

Que la propuesta de creación de la Carrera Sommelier Universitario con Orientación Comercial posee objetivos Cognitivos, Procedimentales y Actitudinales que le permitirá al graduado universitario poner en valor la cadena de servicios gastronómicos, hoteleros y demás aéreas vinculadas a la comercialización y difusión del vino, reconocer las características sensoriales de los distintos vinos del mundo, gestionar la cava de vinos, desarrollar la carta de vinos, desarrollar labores de consultoría, conducir degustaciones





Universidad Nacional de Chilecito

dirigidas, servir de guía especializada en turismo de bodegas, producir artículos periodísticos especializados, desarrollar eventos enogastronómicos, colaborar en la venta y/o comercialización de productos gastronómicos locales con énfasis en vinos.

Que mediante Despacho N° 003/16 de la Comisión de Académica, Investigación y Vinculación Tecnológica, de dicho Consejo, propone la aprobación de Creación de la Carrera de Sommelier Universitario con Orientación Comercial y de su Plan de Estudios.

Que las Asignaturas a dictar y sus contenidos mínimos garantizan el nivel académico exigido para obtener el Título Universitario en cuestión.

Que la duración de la carrera se estipula en 3 años.

Que en la sesión del HONORABLE CONSEJO SUPERIOR, de fecha 18 de Octubre de 2016, se resolvió su aprobación por unanimidad.

Que es atribución de este cuerpo expedirse sobre el particular, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 67 Incisos c) y h) del Estatuto Universitario.

Por ello, y en uso de sus atribuciones,

EL HONORABLE CONSEJO SUPERIOR
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHILECITO

ORDENA:

ARTICULO 1º.-Apruébase la creación de la Carrera de SOMMELIER UNIVERSITARIO con





Universidad Nacional de Chilecito

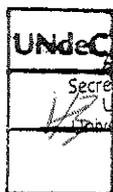
ORIENTACIÓN COMERCIAL de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHILECITO, en el ámbito de la Escuela de Ciencias Agrarias, en el marco del Artículo 67 inciso c) del Estatuto Universitario.

ARTICULO 2º. Apruébase el Plan de Estudios de la Carrera de SOMMELIER con ORIENTACIÓN COMERCIAL, cuyo listado de asignaturas, distribución por años, régimen de dictado, caracterización de las materias, carga horaria, título a otorgar, alcances y perfil profesional se detallan en el Anexo del presente acto administrativo, en el marco del Artículo 67 Inciso h) del Estatuto Universitario.

ARTICULO 3º- Otórguese el Título de SOMMELIER con ORIENTACIÓN COMERCIAL a los alumnos que cumplan con los requisitos académicos del presente Plan de Estudios.

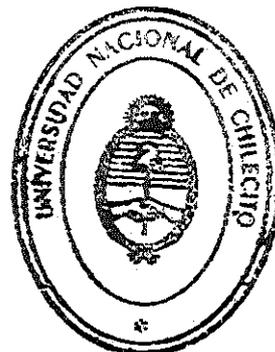
ARTICULO 4º-Regístrese, notifíquese, comuníquese y archívese.

Ordenanza HCS Nº **004-16**



b. Lliana R. Bazán
Secretaría de Actuaciones del HCS
Unidad Consejo Superior
Universidad Nacional de Chilecito

Ing. Norberto Raúl Caminoa
Rector
Universidad Nacional de Chilecito

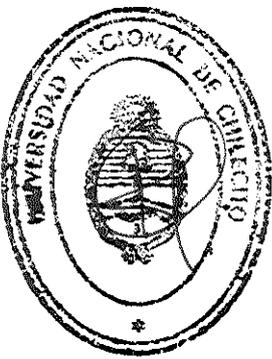




Plan de Estudios

Carrera de Sommelier Universitario con orientación Comercial

Contenidos



Fundamentos

Características de la Carrera

Título que se otorga

Requisitos de ingreso

Objetivos de la Carrera

Perfil del egresado

Alcances profesionales

Organización curricular de la carrera

Requisitos de egreso

Asignaturas: Objetivos y Contenidos mínimos

**Fundamentos.**

La Universidad Nacional de Chilecito se encuentra ubicada en el corazón turístico y productivo de la provincia de La Rioja, enclavada en un entorno paisajístico definido por los cordones montañosos del Famatina y el Velazco y los valles por ellos formados. En estos valles florece una creciente producción agrícola, con la explotación de cultivos de vid, olivos y nogales (entre otros), a los cuales se suma un complejo proceso de industrialización. Estas características, junto a las bellezas del paisaje, han generado un relevante aumento en el ingreso de profesionales ejecutivos de empresas, transformando la zona en un importante y atractivo polo industrial y turístico.

Este desarrollo local ha derivado en una gran demanda de servicios referidos a la atención de profesionales y turistas: hoteles, restaurantes, guías de turismo en empresas, comunicación de productos de zona, etc., y debido a la globalización, el consumidor está cada vez más calificado, se torna más exigente, y en este contexto, cobra vital importancia la figura del Sommelier

Sommelier o sumiller en lengua castellana, son los profesionales altamente capacitados del servicio, que poseen conocimientos de viticultura, enología y alimentos como: quesos, aceite de oliva, miel, chocolate, entre otros y bebidas alcohólicas, de bajo alcohol o no alcohólicas derivadas de cereales y frutas, y productos gourmet. A estos conocimientos se le suma el dominio de las artes de cata, que le permiten aconsejar al consumidor sobre la elección adecuada de vinos y otras bebidas, alimentos regionales y gourmet.

Sin bien en nuestro país se ha relacionado al sommelier más directamente con el servicio del vino y/o a la administración de una cava, su campo de acción es más amplio, abarcando otras importantes áreas. Los sommelier argentinos son, por naturaleza, más emprendedores, y si bien gran parte de ellos tienen salida laboral en bodegas, restaurantes y hoteles, muchos otros se destacan también en diferentes actividades relacionadas con los medios de comunicación, transformándose en verdaderos comunicadores de los recursos de la región y colaborando activamente en la comercialización de los mismos.

El concepto de sommelier hoy en día, hace alusión a los profesionales que ocupan puestos en importantes restaurantes y grandes cadenas de hoteles internacionales, atención de turismo en industrias, comunicación e inclusive comercialización de productos de la zona. En hoteles y restaurantes son los encargados de armar las cartas, ordenarlas por varietales, cosechas, estilos de vinos, precios, regiones geográficas o continentes. Además, supervisan el correcto servicio del vino, su temperatura y su adecuado estibaje. También tienen a su cargo la confección del inventario de los productos y llevan una estadística de cuáles vinos son más pedidos o cuáles no conviene seguir comprando. Como se mencionó, su conocimiento abarca también todo lo relacionado con análisis sensorial de alimentos, el consumo responsable de bebidas, su servicio y maridaje.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación

Universidad Nacional de Chilecito

Plan de Estudios

Carrera de Sommelier Universitario con Orientación Comercial

Esto hace que la función de un sommelier en una bodega, un hotel o un buen restaurante sea fundamental, no sólo por la labor que desempeña, sino porque su presencia aporta prestigio al lugar, al considerarlo como una atención especializada.

El noroeste argentino carece de carreras de formación de Sommelier, lo cual coloca a la UNdeC en un lugar estratégico para el desarrollo de la misma, a efectos de atender la demanda de estos profesionales tanto locales como de las provincias del norte. Además la carrera de Sommelier genera profesionales que son un excelente complemento de las carreras de Turismo y Enología que también se dictan en la UNdeC.

Características de la carrera:

Nombre de la carrera: Sommelier Universitario con Orientación Comercial

Nivel: Pre grado

Régimen: presencial

Duración: 3 años (6 cuatrimestres)

Título que se otorga: Sommelier Universitario con Orientación Comercial

Requisitos de ingreso:

Dar cumplimiento con los requisitos establecidos en las normativas nacionales y de la Universidad Nacional de Chilecito, vigentes.

Objetivos de la carrera:

Objetivos Cognitivos: El alumno contará con una formación que le permitirá combinar conocimientos: Vitivinícolas, enológicos, cata, regiones del mundo, otras bebidas, alimentos gourmet, servicio, ceremonial aplicado, idioma técnico, las demandas de los consumidores y productores. Poseerá también información suficiente respecto al mercado interno de vinos, variables económicas, estructura de la industria y la cadena de comercialización; así como todo lo referido al mercado externo de vinos y el escenario internacional. Manejará las herramientas de marketing y comunicación de bebidas y productos aplicables al negocio enogastronómico. Su formación lo capacitará para organizar degustaciones, participar en planes de marketing, realizar la gestión comercial y comunicacional.

Objetivos Procedimentales: Incorporará métodos, técnicas, herramientas y procedimientos, para una más eficiente gestión en el mercado laboral.

Objetivos Actitudinales: Formación de futuros profesionales en el arte de la Sommellerie, con valores éticos de respeto y pasión, con actitudes en su comportamiento coherentes con dichos valores. Capaces de generar mejoras, cambios y difusión de la actividad gastronómica, vitivinícola y otros productos regionales.

**Perfil del egresado:**

El Sommelier Universitario con orientación comercial, contará con la preparación y formación para:

- Poner en valor la cadena de servicios gastronómicos, hoteleros y demás áreas vinculadas a la comercialización y difusión del vino, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos regionales y gourmet.
- Reconocer las características sensoriales de los distintos vinos del mundo, sus cepas, denominaciones de origen y demás atributos que permitan realizar sugerencias adecuadas para su compra y consumo.
- Gestionar profesionalmente la cava de vinos
- Desarrollar integralmente la carta de vinos
- Desarrollar labores de consultoría con énfasis en vinos, aceite de oliva, café y chocolate.
- Conducir degustaciones dirigidas.
- Servir de guía especializada en turismo de bodegas
- Producir artículos periodísticos especializados.
- Desarrollar eventos enogastronómicos.
- Colaborar en la venta y/o comercialización de productos gastronómicos locales con énfasis en vinos.

* **Alcances del Título:**

El futuro Sommeliers Universitario con orientación comercial, estará capacitado para:

- Trabajar en bodegas, distribuidoras, vinotecas y empresas de bebidas; cumpliendo tareas de asesoramiento o desempeñándose en las áreas de venta y/o comercialización.
- Asesorar sobre el servicio y cuidado de vinos, bebidas en restaurantes, bares, bodegas y vinotecas.
- Dirigir las degustaciones de vinos, bebidas y su maridaje.
- Colaborar con la organización de eventos en la industria vitivinícola y afines, relacionados con su disciplina.
- Capacitar al personal de hoteles y restaurantes en el servicio y el cuidado del vino, bebidas y alimentos gourmet.
- Participar en equipos interdisciplinarios para el diseño de planes de marketing y desarrollo de nuevos productos en bodegas y vinotecas.
- Implementar técnicas adecuadas de servicio para distintos productos involucrados en las áreas de su conocimiento.
- Colaborar en el diseño y requisitos de seguridad de Restaurantes y Bodegas.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación

Universidad Nacional de Chilecito

Plan de Estudios

Carrera de Sommelier Universitario con Orientación Comercial

Organización curricular de la carrera:

Primer Año: Primer y segundo cuatrimestre					
Cód	Asignaturas	Régimen	Carga Horaria semanal	Carga Horaria Total	Correlativas para rendir
01	Sommellerie I	Cuat. 1	4	60	-
02	Fundamentos de Viticultura y olivicultura	Cuat. 1	3	45	-
03	Análisis Sensorial	Cuat. 1	4	60	-
04	Desarrollo y Evolución Vitivinícola Argentina	Cuat. 1	4	60	-
05	Enología I	Cuat. 2	4	60	02
06	Fundamentos de la atención y servicio	Cuat. 2	3	45	01
07	Estudio de Productos	Cuat. 2	4	60	-
08	Desarrollo y Evolución Vitivinícola del Viejo Mundo	Cuat. 2	4	60	04
09	Inglés I	Anual	3	90	-
Total horas primer año:				540 hs	
Segundo Año: tercer y cuarto cuatrimestre					
10	Sommellerie II	Cuat. 1	4	60	01
11	Enología II	Cuat. 1	3	45	05
12	Taller de Servicio I	Cuat. 1	4	60	06
13	Costos y Presupuestos	Cuat. 1	2	30	-
14	Diseño y Normativas de Bodegas, restaurantes y Cavas.	Cuat. 1	3	45	05
15	Bebidas Especiales I	Cuat. 2	4	60	07
16	Taller de Emprendedorismo Creativo y Sostenibilidad	Cuat. 2	3	45	-
17	Desarrollo y Evolución Vitivinícola del Nuevo Mundo	Cuat. 2	4	60	08
18	Cata Profesional	Cuat. 2	5	75	03
19	Inglés II	Anual	3	90	09
Total horas segundo año:				570 hs.	
Tercer Año: quinto y sexto cuatrimestre					
20	Buenas Prácticas de Higiene	Cuat. 1	2	30	12
21	Bebidas Especiales II	Cuat. 1	3	45	15
22	Comercialización y Ventas	Cuat. 1	3	45	13
23	Relaciones Públicas	Cuat. 1	2	30	10
24	Taller de Servicio II	Cuat. 2	4	60	12
25	Ética y Deontología	Cuat. 2	2	30	23
26	Industria del Turismo	Cuat. 2	2	30	16
27	Marketing y Gestión Comercial del Vino	Cuat. 2	5	45	22
28	Inglés III	Anual	3	90	19
29	Prácticas Pre-profesionales Supervisadas	-	-	100	21,24
Total horas tercer año:				505 hs.	
Trabajo Final					
30	Trabajo final integrador	-	-	200	29
Carga horaria Total				1815 hs	

Condiciones de Egreso: Será requisito para la obtención del título:

- Aprobar las 28 asignaturas de estudio.
- Realizar y aprobar las Prácticas Pre-profesionales Supervisadas.
- Realizar y aprobar el Trabajo de Integración Final.

**Asignaturas: Objetivos y Contenidos Mínimos****Primer Año: Primer y segundo cuatrimestre****01 - Sommellerie I****Objetivos:**

- Conocer la historia, desarrollo de la profesión de Sommelier.
- Conocer la gastronomía Argentina y regional.
- Comprender los principios teóricos de las interacciones entre los alimentos y las bebidas.
- Conocer los organismos que regulan la profesión.
- Conocer su relación con la industria y el consumidor.

Contenidos mínimos:

Historia de la Sommellerie. Los roles del Sommelier. Introducción a la gastronomía. Gastronomía Argentina. El maridaje: reglas básicas y teorías. La Sommellerie en el escenario internacional. Organismos que regulan la profesión. Los concursos de Sommeliers. El Sommelier y su relación con los actores corporativos de la industria. El Sommelier como comunicador del vino argentino en el mundo. Su rol de educador frente al consumidor.

02 - Fundamentos de Viticultura y Olivicultura**Objetivos:**

- Conocer los aspectos básicos de la planta de la vid.
- Comprender como las acciones del hombre pueden afectar cualitativa y cuantitativamente la uva.
- Valorar y respetar el trabajo del hombre en la viña.
- Conocer los aspectos básicos de la planta de olivo.
- Comprender cuales son las acciones necesarias que debe realizar el hombre para lograr sanidad, producción y calidad en el fruto

Contenidos mínimos:

La vid: Clima y Suelo requerido. Morfología de la Vid. Fenología. Tipos de conducción. Tareas de viñedo. Factores de Calidad. Principales cepas cultivadas en Argentina. Componentes de la uva. Enfermedades y plagas. Tratamientos fitosanitarios. Cosecha
El olivo: Morfología del olivo. Variedades. Propagación. Técnicas de cultivo. Riesgos del cultivo: Climáticos, edáficos y Sanitarios. Alteraciones fisiológicas. Madurez industrial de la aceituna. Recolectión.

03-Análisis Sensorial**Objetivos:**

- Conocer la fisiología básica de nuestro sensorio.
- Afianzar cada una de las etapas de la degustación.
- Agudizar sus percepciones sensoriales.
- Reconocer sus potencialidades y límites sensoriales.
- Reconocer los distintos atributos sensoriales del vino.
- Conocer los distintos aspectos de la degustación (entorno, fisiológicos, emocionales, etc.).

**Contenidos mínimos:**

Evaluación Sensorial, ciencia y metodología. Definiciones. Mecanismos neurofisiológicos implicados en la degustación. Los sentidos: La Vista. Conocimiento del vino a través de la vista. El Olfato. Clasificación de los aromas. Sustancias olfativas. Los aromas del vino. Fisiología del gusto. Sustancias sápidas de los vinos y su origen. Sensaciones táctiles y seudotérmicas. Persistencia gustativa. Equilibrios de los vinos. Degustación de vinos. Introducción a las diversas metodologías de análisis.

04- Desarrollo y Evolución Vitivinícola Argentina**Objetivos:**

- Comprender los factores que determinarán la calidad de los vinos argentinos.
- Analizar la realidad argentina vitivinícola, su producción, consumo y regiones.
- Promover el estudio y la apreciación del vino en general con especial énfasis en la realidad regional y nacional.

Contenidos mínimos:

Panorama vitivinícola mundial. Ubicación geográfica y Visión global de las regiones de Argentina. La llegada de la vid a América y a nuestro país. Tendencias de la vitivinicultura Argentina. La Argentina y sus regiones vitivinícolas: Valles Calchaquíes; Valles de Catamarca; Valles de La Rioja; Valles de San Juan; Mendoza y sus cinco regiones, Valles de la Patagonia. Otras regiones menores. Principales variables económicas actuales. Parque varietal.

05 - Enología I**Objetivos:**

- Entender la problemática de la vinificación y sus distintos métodos; conservación y añejamiento de los vinos tranquilos.
- Conocer defectos, enfermedades y tratamiento de los vinos.
- Conocer sobre la maduración de los vinos, usos de la madera, alternativos y tratamientos microoxidativos.

Contenidos mínimos:

Historia de la enología. Vino – Alimento. Uva: maduración y calidad. Componentes del mosto. Correcciones de los mostos. El proceso de elaboración de vinos. Sistemas de vinificación especiales. Clarificación de los vinos, Quebraduras de los vinos, Enfermedades y defectos de los vinos. Tratamientos de estabilización. Maduración y crianza de vinos: La madera y alternativos. Micro oxigenación.

06 - Fundamentos de la atención y servicio**Objetivos:**

- Comprender la organización de un servicio de excelencia.
- Clasificar las principales empresas del sector de la restauración.
- Identificar cada una de las posiciones de trabajo.
- Comprender e internalizar las responsabilidades y obligaciones de cada uno de los roles y funciones del personal involucrado.
- Comprender las normas básicas de atención al cliente y el valor del mismo.



- Entender y manejar el lenguaje verbal y no-verbal.
- Conocer las técnicas de la imagen personal.
- Conocer los requisitos protocolares.

Contenidos mínimos:

Calidad y excelencia de servicio. El servicio como profesión. Expectativas del cliente. Tratamiento y tipología de clientes. Accidentes en el servicio. Brigadas de Trabajo y funciones del personal de cocina y salón. Clasificación de públicos. Herramientas para cada público. Conceptos de personalidad, identidad e imagen. Introducción a la oratoria. Estructura y desarrollo de discursos. Obstáculos psicológicos a la comunicación. Preparación del discurso. Los recursos fonéticos y visuales. Herramientas básicas para el manejo de crisis. Principios y normas protocolares del ceremonial social

07 - Estudio de Productos**Objetivos:**

- Conocer las distintas materias primas y alimentos, su fabricación y perfil organoléptico.
- Conocer las distintas infusiones desde la materia prima, sus procesos de elaboración y su perfil.
- Conocer la planta del tabaco, los Puros y su conservación.

Contenidos mínimos:

Quesos. Historia y origen del producto. Producción y consumo. Quesos con Denominación de Origen. Conservación y Servicio. Normas de Cata y Maridajes. Aceite de Oliva. Clasificación de acuerdo a la COI. Elaboración. Varietales. Aceites con Denominación de Origen. Vinagres y Aceites. Elaboración. Clasificación. Denominaciones de Origen. Agua Mineral. Nociones generales. Clasificación. Principales aguas gourmets del mundo. Infusiones: Yerba Mate, Café y Té. Definición. Origen. Clasificaciones legales y comerciales. Servicio, conservación y maridaje. Miel, Chocolate, Caviar, Jamón, Trufas, Foie Gras y otros productos gourmet. Su origen, definición y clasificación. Conservación. Servicio. Maridaje. Puros: la planta de Tabaco. Vitolas. Servicio y conservación.

08- Desarrollo y Evolución Vitivinícola del Viejo Mundo**Objetivos:**

- Entender el porqué de las diferencias de características y perfiles de los vinos en función de los aspectos agroclimáticos de las regiones vitivinícolas del viejo mundo.
- Conocer los antecedentes históricos que explican el porqué de los distintos estilos de vinos de los países del viejo mundo.

Contenidos mínimos:

Regiones vitivinícolas de España. Principales denominaciones de origen. Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y vinos característicos. Regiones vitivinícolas de Italia: Principales denominaciones de origen. Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y vinos característicos. Francia: Principales denominaciones de origen. Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y vinos característicos. Regiones Vitivinícolas de Portugal. Regiones Vitivinícolas de Alemania, Europa Occidental y Europa Oriental.

**09 - Inglés I****Objetivos:**

- Incorporar de manera progresiva los conocimientos necesarios de la lengua inglesa para le permitan:
- Usar formas de salutación y presentación acordes al nivel de formalidad de la situación.
- Brindar información personal y sobre otros.
- Desenvolverse en situaciones sociales sencillas.
- Comprender conversaciones básicas angloparlantes.
- Aplicar los conocimientos básicos del idioma para una correcta pronunciación de una etiqueta o denominación de origen de habla inglesa, como así también una correcta interpretación de texto.

Contenidos mínimos:

Pronunciación del inglés: nociones generales sobre pronunciación de fonemas propios del inglés. Artículos (definidos, indefinidos) Género y número de sustantivos y adjetivos. Pronombres personales, reflexivos, posesivos, objetivos, relativos) Adjetivos (demostrativos, calificativos, posesivos) Sistema verbal: Presente Simple. Presente Continuo. There is/there are. Pasado Simple. Verbos regulares e irregulares. Preposiciones. Conjunciones. Verbo "to be": usos especiales.

Segundo Año: Tercer y cuarto cuatrimestre

10 - Sommelier II**Objetivos:**

- Comprender su función en la restauración.
- Identificar cada una de las posiciones de trabajo.
- Comprender e internalizar las responsabilidades y obligaciones de cada uno de los roles y funciones del personal involucrado.
- Comprender las normas básicas de atención al cliente y el valor del mismo.

Contenidos mínimos:

La restauración. Su relación con el chef, con el maître y el resto del personal. El armado de la carta. Rentabilidad de carta. Gestión de cava. Relación con las bodegas. Otros proveedores. Capacitación del personal. El Rol del Sommelier y nuevas tendencias en el mundo del vino. Las Guías de Vinos. Ética del Sommelier. Su responsabilidad frente a sus pares, las industrias y el consumidor.

11- Enología II**Objetivos:**

- Entender la problemática de la elaboración de espumantes y sus distintos métodos.
- Conocer la elaboración de vinos especiales y compuestos.
- Entender sobre control de calidad y fraccionamiento de vino.
- Conocer productos analcohólicos de la uva.

**Contenidos mínimos:**

Vinos espumantes: la espuma, clasificación de los vinos espumantes. Método Champenoise. Método Charmat y Chaussepied. Elaboración de espumantes dulces naturales (tipo Asti). Vinos gasificados o carbónicos. Vinos especiales y compuestos, mistelas. Control de calidad y fraccionamiento de vinos. Jugo de uva. Concentrados.

12- Taller de Servicio I**Objetivos:**

- Comprender la organización de un servicio de excelencia.
 - Comprender la "mise en place" de los utensilios.
 - Identificar cada una de las posiciones de trabajo.
 - Comprender e internalizar las responsabilidades y obligaciones de cada uno de los roles y funciones del personal involucrado.
- Aprender el correcto procedimiento para el servicio del vino.

Contenidos mínimos:

Introducción al servicio. Reglas básicas. Excelencia en el Servicio. Servicio de Vinos. Mise en place. Los utensilios y su uso: Sacacorchos, copas, catador, fraperas, cristales. Higiene y guarda. El Sommelier en el restaurant. Actitud frente al comensal. La función de sugerir. La venta en restaurant. Organización de la cava. La decantación. El servicio de vinos de guarda.

13 – Costos y Presupuestos**Objetivos:**

- Entender el manejo de los costos y demás constituyentes del precio final.
- Conocer cómo generar un presupuesto.
- Entender metodologías de cobranzas y pagos.

Contenidos mínimos:

Introducción al concepto de costos. Costos fijos y variables. Análisis e importancia de los costos. Cálculo de los costos. Costos indirectos de fabricación. Los impuestos y su incidencia en los resultados: Categorías impositivas. Los costos financieros. Técnicas y métodos prácticos para controlar costos. Métodos de fijación de precios. Costos para la toma de decisiones. El Presupuesto económico y sus derivados. El Presupuesto de Inversiones. Presupuesto financiero, Estimación de cobranzas y pagos. Flujo de caja presupuestado.

**14 - Diseño y Normativas de Bodegas, Restaurantes y Cavas:****Objetivos:**

- Adquirir los conocimientos básicos para interpretar un plano.
- Conocer las bases de los diseños más innovadores de bodegas, restaurantes y cavas.
- Adquirir los conocimientos de las normativas de seguridad aplicadas en restaurantes y bodegas.

Contenidos mínimos:

Interpretación de planos. Diseño de bodegas, Restaurantes y Cavas. Materiales, luminosidad, ambientación. Normativas de seguridad en bodegas. Normativas de seguridad en Restaurantes. Requisitos del enoturismo.

15 - Bebidas Especiales I**Objetivos**

- Conocer la elaboración /fabricación de distintas bebidas y su perfil organoléptico.
- Adquirir habilidad para usar bebidas destiladas en maridajes y aperitivos.
- Realizar ensayos reales de coctelería.

Contenidos mínimos:

Bebidas Destiladas. Origen de la destilación. La destilación. Destilados de Vino y orujo. Bebidas destiladas con denominación de origen. Legislación sobre bebidas destiladas. Destilados de Cereales, Gin, Ginebra, Vodka, etc. Origen de las bebidas. Elaboración. Características. Principales marcas. El Whisky: Elaboración. Clasificaciones. Países productores. Escocia, Irlanda, USA; Canadá y Japón. Principales marcas. Legislación aplicable a la bebida. Destilados de otras materias primas: Tequila y Mezcal, Ron, Cachaza y Aguardientes. Aperitivos y Licores. Elaboración y clasificación. Principales marcas. Legislación aplicable a la bebida. Servicio de bebidas especiales. Maridajes. Los destilados, aperitivos y licores como opciones en la gastronomía. La coctelería como opción al maridaje.

16 - Taller de Emprendedorismo Creativo y Sostenibilidad**Objetivos:**

- Entender la importancia del emprendedorismo.
- Conocer las tipologías y políticas de los emprendimientos.
- Conocer las alternativas de producción basadas en los pilares sociales, económicos y ambientales.

Contenidos mínimos:

Emprendedorismo: definición conceptos y evolución de la forma de emprender. Emprendedorismo, creatividad e innovación. Necesidad de emprender e innovar. Tipologías de emprendimientos. Políticas del desarrollo emprendedor. Ecosistema emprendedor. Sustentabilidad. Relación entre emprendedorismo, creatividad y sustentabilidad. Planificación y diseño de proyectos creativos.

**17- Desarrollo y Evolución Vitivinícola del Nuevo Mundo****Objetivos:**

- Entender el porqué de las diferencias de características y perfiles de los vinos en función de los aspectos agroclimáticos de las regiones vitivinícolas del nuevo mundo.
- Conocer los antecedentes históricos que expliquen el porqué de los distintos estilos de vinos de los países del nuevo mundo.

Contenidos mínimos:

Aspectos históricos, agronómicos y productivos. Principales bodegas y vinos característicos de: Regiones vitivinícolas de Chile. Regiones vitivinícolas de Uruguay y Brasil. Regiones vitivinícolas de USA y Canadá. Regiones vitivinícolas de Australia. Regiones vitivinícolas de Nueva Zelanda. Regiones vitivinícolas de Sudáfrica. Otros países productores.

18 - Cata Profesional**Objetivos:**

- Conocer las formas de transmisión del estilo y carácter del vino a los comensales.
- Desarrollar independencia en las apreciaciones realizadas.
- Conocer los criterios nacionales e internacionales en la evaluación de vinos.
- Conocer las metodologías de análisis y evaluación de vinos espumantes.
- Profundizar en la cata de vinos en relación a su composición, precio y calidad.
- Distinguir vinos de diferentes calidades.

Principales descriptores sensoriales de los vinos. Análisis organoléptico de vinos característicos de regiones vitivinícolas argentinas y del mundo. Reconocimiento sensorial de defectos y alteraciones en los vinos. Criterios internacionales para el puntaje de vinos. Evaluación de diferentes vinos estableciendo el orden creciente y decreciente de los puntajes. Léxico del degustador. Aspectos cualitativos, teórico – prácticos del Análisis Sensorial de espumantes. Vinos especiales y su análisis sensorial. Degustación dirigida de distintos tipos de vinos. Relación entre la composición del vino y las características analíticas. Relación precio/calidad.

19 - Inglés II**Objetivos:**

- Incorporar de manera progresiva los conocimientos necesarios de la lengua inglesa para le permitan:
- Usar formas de salutación y presentación acordes al nivel de formalidad de la situación.
- Brindar información personal y sobre otros.
- Desenvolverse en situaciones sociales sencillas.
- Comprender conversaciones básicas angloparlantes.
- Aplicar los conocimientos básicos del idioma para una correcta pronunciación de una etiqueta o denominación de origen de habla inglesa, como así también una correcta interpretación de texto.

**Contenidos mínimos:**

Comparativos y superlativos. Adjetivos y adverbios. Verbos Modales. Pasado continuo. Futuro Simple. Futuro "going to". Imperativo. Tiempos Perfectos: Presente perfecto. Uso de "just" y "already". Uso de "for" y "since". Vocabulario Técnico. Lectura y comprensión de textos. Uso correcto del diccionario bilingüe. Técnica de traducción de textos. Traducción del infinitivo y gerundio. Comparativos especiales. Modo Subjuntivo.

Tercer Año. Quinto y sexto cuatrimestre**20- Buenas prácticas de higiene****Objetivos:**

- Conocer sobre enfermedades transmitidas por alimentos e intoxicaciones.
- Entender sobre contaminación de alimentos y como evitarlas.
- Conocer sobre la importancia de aplicación de la BMP.
- Profundizar sobre peligros y riesgos en cocinas, cavas y bodegas y su control.

Contenidos mínimos:

Enfermedades transmitidas por alimentos. Microorganismos. Intoxicaciones producidas por alimentos, formas de evitarlas. Tipos de contaminaciones en alimentos, formas de evitarlas. Preservación de alimentos. Buenas prácticas de manufactura (BMP). Aplicaciones: Higiene general, Calidad del agua y aire. Peligros y riesgos frecuentes en cocinas, cavas y bodegas. Control de puntos críticos.

21- Bebidas Especiales II**Objetivos**

- Conocer la elaboración /fabricación de distintas bebidas fermentadas y su perfil organoléptico.
- Adquirir habilidad para usar bebidas fermentadas en maridajes y aperitivos.

Contenidos mínimos:

Cerveza. Origen. Elaboración. Estilos de Cerveza. Principales marcas. Sake, sidra. Origen, elaboración. Estilos y tipos. Servicio de bebidas especiales. Hidromiel. Historia. Elaboración. Fórmulas. Recetas y clasificación. Hidromieles tranquilas y espumantes. El uso de la barrica. Atributos y defectos de la hidromiel. BJCP. Concursos.

22 - Comercialización y Ventas**Objetivos:**

- Conocer el concepto de canal de venta de servicios desde la perspectiva de la empresa y su entorno.
- Conocer y comprender la importancia del riesgo y la estacionalidad de los negocios.
- Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de negocios.
- Conocer el desarrollo de un procedimiento de ventas.

**Contenidos mínimos:**

Identificación de los distintos aspectos de la venta de servicios. La percepción del riesgo y la estacionalidad del negocio. Diferencia entre venta y comercialización. Desarrollo de un plan estratégico de comercialización de acuerdo con las propiedades analizadas, incluyendo la misión, objetivos y tácticas que lleven a la concreción de los mismos. Procedimiento de ventas.

23 – Relaciones Públicas**Objetivos**

- Comprender las principales funciones de las Relaciones Públicas a partir del conocimiento de los distintos públicos.
- Comprender, administrar e implementar las herramientas que deberán utilizar en la gestión de la identidad e imagen corporativa.
- Conocer el desarrollo de programas de Relaciones Públicas internas que permitan lograr mayor entendimiento entre el personal de la empresa.
- Conocer las herramientas necesarias para crear y mantener relaciones con los clientes y consumidores

Integrar los conocimientos adquiridos con otras asignaturas troncales y no troncales de la carrera.

Contenidos mínimos:

Organigramas de departamentos de RRPP. Rol del profesional de RRPP. Comunicaciones institucionales. Concepto institucional. Imagen globalizada. Imagen local. Estandarización vs. Customización. Responsabilidad social. Campañas de bien público. Estrategias y tácticas de comunicación con los medios de promoción y con públicos activos. Gestión de la comunicación en crisis. Estrategias y tácticas para el manejo de conflictos. Relaciones públicas internacionales. Rol de la cultura, la religión y los valores. Conciencia intercultural.

30- Taller de Servicio II**Objetivos:**

- Aprender el correcto procedimiento para el servicio de vinos espumantes.
- Aprender el correcto procedimiento para el servicio de vinos con pozos.
- Aprender el correcto procedimiento para el servicio de las cervezas.
- Aprender el correcto procedimiento para el servicio de bebidas espirituosas.
- Aprender el correcto procedimiento para el servicio de infusiones.

Contenidos mínimos:

Servicio de bebidas especiales. Mise en place de vinos espumantes. Mise en place de vinos con pozos (vintages portos y madeira). Servicio de Destilados de Vinos y Orujos. Mise en place. Cerveza. Cerveza tirada, en vaso. Whisky y otros destilados. Servicio de Infusiones. Café, Té y Yerba Maté.

**25- Ética y Deontología****Objetivo:**

- Entender sobre la ética y la moral.
- Conocer las principales corrientes éticas.
- Conocer los deberes y principios que afectan su futura profesión

Contenidos mínimos:

La ética y la moral. La ética como disciplina filosófica, racional y argumentativa: distinción entre ética y moral. Delimitación de ámbitos problemáticos. Clasificación de las corrientes éticas. La ética filosófica occidental: de la ética antigua a la contemporánea. La deontología profesional. Códigos de ética. La ética de los negocios. Dilemas ético-profesionales.

26 - Industria del Turismo**Objetivo**

- Conocer la importancia del turismo.
- Entender el turismo en el contexto histórico.
- Conocer la importancia del turismo en la gastronomía.
- Conocer las oportunidades de negocios de un contexto turístico.

Contenidos mínimos:

Introducción al turismo. Repercusiones de la actividad turística. Relación del turismo y la geografía. Relación del turismo y la historia. Turismo y recursos naturales. El turismo y la gastronomía. Turismo de eventos. Desarrollo de la industria de eventos en un contexto turístico.

27 - Marketing y Gestión Comercial del Vino**Objetivos**

- Comprender las bases de la comercialización de vinos y bodegas.
- Aplicar los pasos para la confección de un completo plan de marketing de un producto vínico.
- Conocer y analizar el funcionamiento del área comercial de una bodega.
- Comprender las bases de la publicidad de vinos y bodegas.
- Conocer y analizar el funcionamiento de una agencia de publicidad en el rubro de vinos y bebidas.
- Comprender la operatoria y estrategias para el comercio internacional de vinos.

Contenidos mínimos:

Planificación de Marketing. Desarrollo de marca e identidad de productos. Marketing Mix. Plan de Marketing. Gestión de Marketing. Sistemas de información de Marketing. Desarrollo de un plan de marketing. Construcción de una marca premium. Publicidad, Comunicación, Posicionamiento de la marca. Categorización de bodegas. Estrategias de distribución. Operatoria en comercio internacional. Exportaciones de vinos. Estrategias de ingreso a los mercados externos. Análisis e investigación del mercado vitivinícola nacional e internacional. Análisis de la situación competitiva de argentina. Marcas y su administración a nivel mundial. Estrategias de comunicación a nivel mundial.

**28- Inglés III****Objetivos:**

- Incorporar de manera progresiva los conocimientos necesarios de la lengua inglesa para le permitan:
- Usar formas de salutación y presentación acordes al nivel de formalidad de la situación.
- Brindar información personal y sobre otros.
- Desenvolverse en situaciones sociales sencillas.
- Comprender conversaciones básicas angloparlantes.
- Aplicar los conocimientos básicos del idioma para una correcta pronunciación de una etiqueta o denominación de origen de habla inglesa, como así también una correcta interpretación de texto.

Contenidos mínimos:

Tiempos Perfectos: Presente perfecto. Presente Perfecto Progresivo. Pasado Perfecto. Voz Pasiva. Vocabulario Técnico. Lectura y comprensión de textos técnicos. Técnicas de traducción.

Modo condicional: Oraciones condicionales. Traducción de "get" y "become". Construcciones impersonales con "it". Uso de preposiciones. "Phrasal Verbs".

Prácticas Pre Profesionales**Objetivos:**

- Obtener la experiencia práctica en las industrias y/o sectores económicos relativos al ejercicio de su profesión (vitivinicultura, cervecera, agua mineral, café, yerba maté, quesos, etc).
- Complementar la formación teórica.
- Profundizar en los aspectos técnicos y éticos de la profesión.
- Definir y afianzar su desarrollo personal y laboral.

Contenidos mínimos:

Armado de una carta de vinos, organización de degustaciones. El rol del Sommelier en el restaurante, vinotecas y bodegas.

Trabajo Final Integrador:

Será requisito para la obtención del título la realización de un Trabajo de integración final a su elección. El objetivo de esta actividad es ubicar al futuro graduado, con el apoyo de un Tutor, en el contexto real de la profesión y lograr la aplicación integradas de todos los conocimientos, desarrollando una experiencia completa en alguno de los ámbitos laborales que le competen.